

Neuromarketing

ATRAVESANDO LAS FRONTERAS
DEL CONOCIMIENTO DEL
CONSUMIDOR

LUIS FERNANDO RICO NAVAS
CEO MindMetriks LATAM
CEO NeuroSensory Lab, UK & Europe
NMSBA – Colombian Local Chair

SALUD Y BELLEZA
AGOSTO 18 DE 2016





*“Así como Galileo eliminó el concepto de que la tierra era el centro del universo, así mismo la revolución del NeuroMarketing ha removido la mente consciente del centro del comportamiento humano”.**

*“Just as Galileo removed the earth from the center of the universe, the current revolution removes the conscious mind from the center of human behavior”
John Bargh, Yale.



RACIONAL Y EMOCIONAL

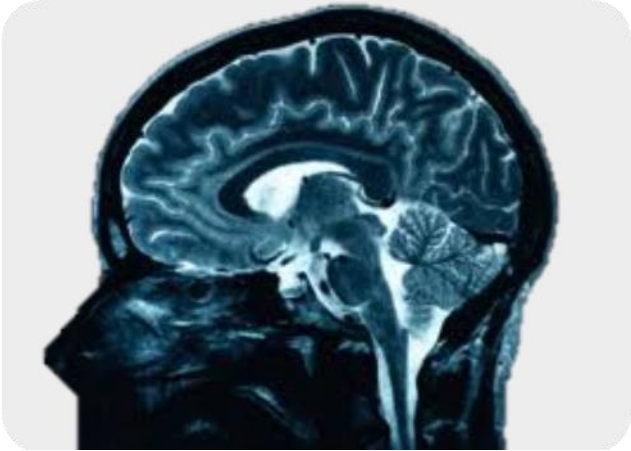




LA EMOCIÓN
MUEVE LA
RAZÓN

ROMPIENDO EL PARADIGMA

SISTEMA 1: INTUITIVO



SISTEMA 2: RACIONAL





Los avances
tecnológicos
generan
cambios en
nuestros
procesos de
compra



Neuromarketing

Es una
herramienta
complementaria
que proporciona
mayor precisión y
mayor grado de
objetividad

APLICACIÓN DEL NEUROMARKETING BELLEZA Y SALUD

1. EL CONTEXTO O ENTORNO GENERA LA DIFERENCIA



2. GENERACIÓN DE SÍMBOLOS



A



B

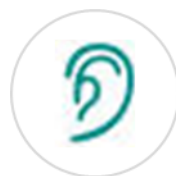
3. SEDUCCIÓN DE TODOS LOS SENTIDOS



VISTA



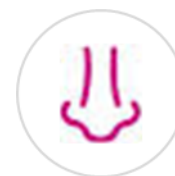
TACTO



OÍDO



GUSTO



OLFATO



4. EDONISMO PURO



5. VALLAS PUBLICITARIAS



Luis Fernando Rico Navas

M: (+ 57) 316 527 21 20

E: Lfrico@mindmetriks.com

S: Lfrico

www.mindmetriks.com



GRACIAS